

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

IVAN KATALENIĆ

KULTURNI TURIZAM I HOTELI BJELOVARSKO-BILOGORSKE
ŽUPANIJE

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2016.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

IVAN KATALENIĆ

KULTURNI TURIZAM I HOTELI BJELOVARSKO-BILOGORSKE
ŽUPANIJE
BJELOVAR-BILOGORA COUNTY CULTURE TOURISM AND
HOTELS

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Đurda Somodi, dipl.oec.pred.

ČAKOVEC, 2016.

ZAHVALA

Zahvaljujem svojoj mentorici, profesorici Đurđi Somođi koja mi je svojim savjetima, iskustvom i strpljenjem pružala pomoć tijekom izrade ovog diplomskog rada. Također veliko hvala svim profesorima Međimurskog Veleučilišta koji su mi nesebično prenijeli svoje poslovno, ali i životno znanje te pomagali tijekom cijelog studija.

Najveća hvala mojim roditeljima kao i cijeloj užoj i široj obitelji koja mi je pružala podršku ne samo tijekom studiranja već i tijekom cijeloga života. Svim svojim prijateljima i ljudima koji su me okruživali te na bilo koji način pomogli tijekom ovih godina, veliko hvala.

SAŽETAK

Turizam kao jedna od najbrže rastućih gospodarskih grana doživljava u zadnjih nekoliko godina veliku ekspanziju kako u cijelom svijetu, tako i u Republici Hrvatskoj. Osim što predstavlja izuzetno važnu gospodarsku djelatnost, također ima funkciju uravnoteženja trgovinske bilance i smanjivanja nezaposlenosti. Usprkos bogatoj resursno-atraksijskoj osnovi turistička aktivnost u kontinentalnom dijelu Hrvatske još je uvijek u povojima. Svoje prednosti turizam iskorištava u svojim specifičnim oblicima od kojih kulturni turizam igra značajnu ulogu. Kulturni turizam osim što predstavlja povijest određene države, grada ili mjesta, također doprinosi poboljšanju ljudskog stupnja obrazovanja te upoznaje turiste sa mogućim budućim priredbama ili događajima te mogućnosti sudjelovanja u njima. Turiste interesira kulturna povijest, kulturne atrakcije, kulturne znamenitosti, te kulturne manifestacije. Prepoznatljivost na turističkom tržištu ostvarit će one destinacije koje uspiju privući posjetitelje te stvoriti kulturno-turističke proizvode koji su po nečemu jedinstveni. Usprkos tome, u Republici Hrvatskoj kulturni turizam još uvijek ne doživljava značajne rezultate kao neke druge vrste turizma, a ključne barijere daljnjem rastu treba tražiti u sustavu komercijalizacije, tj. u integriranju u svjetske sustave, a potom i u destinacijskom upravljanju pomoću kojeg bi se kulturni sadržaji na pravi način integrirali u pozicioniranje i prikazali kao ukupni doživljaj na razini pojedinih destinacija. Kako bi se taj pothvat širenja kulturnog turizma što bolje i što brže poboljšao, trebalo bi istražiti turističke potrebe te saznati pružaju li im turističke atrakcije dovoljan nivo doživljaja i jedinstvenosti. Bjelovarsko-bilogorska županija u tome pogledu ima veliki potencijal za razvoj kulturnog turizma jer osim što se nalazi u kontinentalnom dijelu Hrvatske, sadrži veliki broj kulturnih atrakcija i manifestacija. U ovom radu biti će prikazan turizam kao općenita i zasebna gospodarska grana, njegove specifične vrste kao i turistička destinacija, hoteli i infrastruktura. Nakon toga govoriti će se o Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, nastanku kulturnog turizma u njoj, kulturnim manifestacijama i atrakcijama, broju hotela i smještajnih kapaciteta, mogućnosti razvitka kulturnog turizma u županiji te usporedba sa Koprivničko-križevačkom županijom.

Ključne riječi: *Bjelovarsko-bilogorska županija, kultura, kulturni turizam, kulturno-turistički proizvod, hoteli i smještajni kapaciteti*

SADRŽAJ:

1. UVOD	6
2. OPĆENITO O TURIZMU	6
2.1. Turizam u Hrvatskoj.....	8
2.2. Turistička destinacija.....	9
2.3. Turistička infrastruktura.....	10
3. KULTURNI TURIZAM	10
3.1. Pojmovno određenje kulturnog turizma	11
3.2. Kulturni turizam u hrvatskoj	11
4. BJELOVARSKO - BILOGORSKA ŽUPANIJA	12
5. HOTELI BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE.....	13
5.1. Hotel Central	14
5.2. Hotel Garić	15
6. KULTURNI TURIZAM I STRATEGIJA RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA BJELOVARSKO - BILOGORSKE ŽUPANIJE	19
7. KULTURNI RESURSI BJELOVARSKO - BILOGORSKE ŽUPANIJE	20
7.1. Terezijana Bjelovar	22
7.2. BOK festival.....	23
7.3. Zapovijed pod Lipom.....	24
7.4. Božićna priča u Čazmi	25
7.5. Gradski muzej Bjelovar.....	26
7.6. Katedrala sv. Terezije Avilske u Bjelovaru.....	27
7.8. Romska kuća	29
8.USPOREDBA KULTURNOG TURIZMA I HOTELA BJELOVARSKO - BILOGORSKE ŽUPANIJE SA KOPRIVNIČKO - KRIŽEVAČKOM ŽUPANIJOM	30
9. SWOT ANALIZA KULTURNOG TURIZMA BJELOVARSKO -BILOGORSKE ŽUPANIJE	32
9.1. Snage.....	33
9.2. Prilike	34
9.3. Slabosti.....	34
9.4. Prijetnje	35
10. ZAKLJUČAK	36
11.LITERATURA.....	38
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA	

1. UVOD

U ovom diplomskom radu bit će prikazana tematika turizma kao jedne od najznačajnije Hrvatske gospodarske grane. Kroz dugi niz godina, turizam je postao dio identiteta i važan čimbenik gospodarstva Republike Hrvatske. Turizam i putovanja u mnogim su zemljama veoma važni za nacionalni rast i razvoj. Najveću prednost u kategoriji izbora destinacije Hrvatska ostvaruje s obzirom na zdravlje i higijenu. Republika Hrvatska može se pohvaliti mnogim prednostima koje se ističu naspram nekih drugih zemalja poput ljepote prirode i krajolika, provođenje obiteljskog odmora, sigurnost destinacije, vrijednost za novac i mnoge druge kojima ostvaruje dolaske turista. Kulturni turizam u posljednje vrijeme uvelike je počeo pridonositi razvoju ponude u čitavoj zemlji, pa je stoga postao jedan od važnijih oblika turizma koji se promovira. Tako će u ovom radu biti naglasak na kulturnom turizmu Bjelovarsko-bilogorske županije te načini na koje se može postići njegov dodatan rast i razvoj.

Rad je podijeljen na pet osnovnih poglavlja od kojih će svako biti posebno objašnjeno. U prvom dijelu spomenut će se turizam općenito, turizam u Hrvatskoj kao i neka njegova obilježja poput turističke destinacije te turističke infrastrukture. U drugom poglavlju bit će objašnjen kulturni turizam u Hrvatskoj te kulturni turizam Bjelovarsko-bilogorske županije u kojem će detaljnije biti opisana kultura i turizam, kao i kulturno-turističke manifestacije. Uz kulturni turizam biti će razrađene mogućnosti razvoja kulturnog turizma Bjelovarsko-bilogorske županije. Treći dio odnosi se na hotele te smještajne kapacitete županije. U četvrtom poglavlju bit će opširnije objašnjena swot analiza kulturnog turizma županije, dok će u zadnjem, petom poglavlju, biti objašnjena usporedba kulturnog turizma Bjelovarsko-bilogorske županije sa Koprivničko-križevačkom županijom.

2. OPĆENITO O TURIZMU

Na suvremeni razvoj turizma veliki utjecaj imala su četiri događaja: konstruiranje prve parne lokomotive, Građanski rat u SAD-u, prva plovidba brodova Sueskim kanalom te održavanje prvih Olimpijskih igara. U počecima se o turizmu govorilo samo u Europi gdje se također istraživalo, donosilo sudove, te osmišljavali teorijski tekstovi i to najčešće u zemljopisnim područjima.

O turizmu se može govoriti na različite načine, a s različitih stajališta može ga se i definirati. I 160 godina nakon što je počelo razdoblje takozvanog suvremenog turizma raspravlja se o nekim temeljnim pitanjima što je to zapravo turizam i kako ga definirati. Tako postoje mnoge teorije i definicije što je to zapravo turizam, no nemoguće ga je opisati upravo možda zbog turbulencija u životu koje su toliko jake, snažne, brze i neočekivane teoretičari nemaju dovoljno veliku moć takvim stalnim prilagodbama postojećim promišljanjima (Vukonić, 2010). Ipak, prihvaćena definicija turizma koju su 1942.g. dali Walter Hunziker i Kurt Krapf u svojem djelu *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre* te koju je AIEST 1954.g. na svojem godišnjem okupljanju u Palermu potvrdio glasi: turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s njime nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.

Turizam obuhvaća rekreaciju, putovanje i odmor. Prema Vukonić (2010, 77), „turizam je prolazio kroz sve, reklo bi se, klasične razvojne faze: od radoznalosti, preko nepovjerenja i opreza, zatim potvrde i afirmacije do za mnoge neočekivanog uspjeha, ali s elementima različitih sumnji i prigovora do konačne potvrde kao pojave od osobite važnosti za ukupan razvoj čovječanstva.“ U središtu interesa jest uvijek turist, odnosno posjetitelj, dok se druga strana fenomena, turistička ponuda, tek općenito spominje. Naglasak je na sudionicima, posjetiteljima i njihovom fizičkom prometu. Također, važno je napomenuti da se ne radi samo o stvaranju prihoda, nego obratno, o trošenju novca prethodno stečenog u domicilu posjetitelja. Turistička potrošnja u nekim slučajevima može rasti brže i od rasta dohotka, a razlozi koji tome pridonose su što ukupan iznos potrošnje turisti spoznaju tek poslije povratka s putovanja. Turisti često

troše novac na neke nepredviđene troškove, pa čak i oni turisti čija je kupovna moć ograničena. Trendovi na tržištu odraz su konkurentnih varijabli okruženja.

Informacije o trendovima na tržištu često su besplatno dostupne od strane vanjskih organizacija kao što su turistički uredi, trgovačke komore, banke, turističke agencije i mnogi drugi izvori koji budućem turistu mogu uvelike olakšati odabir destinacije. Ciljane skupine odabiru se s popisa raspoloživih segmenata, marketinški i turistički stručnjaci trebali bi ići usporedno s tim preferencijama te iskoristiti te informacije kako bi pridobili što veću potražnju (Kotler, 2010). Turizam kao pretežito uslužna djelatnost pokazuje manju pogodnost planiranju u usporedbi sa djelatnostima iz primarnoga i sekundarnog sektora. Turistička sezona ovisi ponajviše o klimatskim prilikama koje su izvan utjecaja volje ljudi, no i o nizu drugih čimbenika poput zdravstvenih prilika, tehnoloških promjena te političkih i ekonomskih poremećaja. Ono što je turiste zadovoljavalo jučer, ne zadovoljava ih danas niti će ih moći zadovoljavati u budućnosti jer se životni stilovi ljudi, njihovi interesi i navike mijenjaju, pa se tako mijenjaju i interesi i navike turista. Stoga je planiranje u turizmu vrlo osjetljivo na te pojave i teško ostvarivo, osobito ako je riječ o dugoročnim planovima. Turistička kretanja se dijele na vrste i specifične oblike turizma. Dok su vrste turizma definirane određenim kriterijem npr. prema trajanju boravka turista (boravišni, vikend i izletnički turizam), specifični oblici turizma obilježeni su specifičnim turističkim motivom koji posjetitelje privlači u točno određene destinacije, npr. lov -lovni turizam. Specifični oblici turizma orijentirani su na manje definirane segmente turističke potražnje, a nastali su kao suprotnost masovnom turizmu.

2.1. Turizam u Hrvatskoj

Turizam u Hrvatskoj jedna je od najvažnijih gospodarskih grana. Počeo se razvijati oko 1850.g., a danas zahvaljujući njemu, Hrvatska je jedno od najposjećenijih i najvažnijih turističkih odredišta Sredozemlja. U Hrvatskoj postoje mnoge prirodne i kulturne ljepote poput 1244 otoka, 8 nacionalnih parkova, 11 parkova prirode, spomenici pod zaštitom UNESCO-a poput Dioklecijanove palače u Splitu, gradova Trogira i Dubrovnika, Eufrazijeve bazilike u Poreču i katedrale svetog Jakova u Šibeniku. Uz sve ove brojne prirodne i kulturne ljepote, Republika Hrvatska može se pohvaliti svojim

Jadranskim morem koje je prema istraživanju Europske agencije za okoliš, drugo najčišće more u Europi. Osim mora, razvedena obala, mnoštvo otoka, brojne očuvane prirodne plaže, kao i zelenilo i šumovitost velikog dijela teritorija, Hrvatskom turizmu i njegovom razvoju pogoduje i mediteranska klima sa toplim ljetima i umjereno hladnim zimama. Svaka Hrvatska turistička regija osobno razvija svoju ponudu koja karakterizira njezino okružje i položaj. Prostor je temeljni resurs za razvoj turizma, kao i drugih brojnih djelatnosti. Atraktivan očuvan prostor sve je više oskudniji pa mu vrtoglavo raste cijena što stvara visoke troškove ulaganja, te je stoga važno racionalno gospodarenje prostorom zbog buduće održivosti u turizmu. Najznačajnije turističke regije su Istra, Kvarner, Dalmacija, Dubrovnik zajedno sa otocima južnog Jadrana te Zagreb i kontinentalna Hrvatska. Prema Bartoluci (2013, 87) „jedna od temeljnih odrednica strateških razvojnih planova hrvatskog turizma jest podizanje stupnja konkurentnosti turizma na međunarodnome tržištu. Strateško planiranje svodi se na aktivnosti transformacije turističkog proizvoda namijenjenog masovnom tržištu prema turističkom proizvodu visoke vrijednosti za diferencirano turističko tržište.“ Hrvatski turizam ima osobito sezonsko obilježje i u prosjeku nisku iskorištenost kapaciteta. Takvo djelovanje ne može osigurati visoku profitabilnost, pa je i ekonomska efikasnost u nova ulaganja u turizmu veoma upitna. Hrvatska svoje posjetitelje privlači više odlikama prirodnog prostora i bogatstvom prirodno-kulturne baštine, nego kvalitetom, raspoloživošću i/ili raznovrsnošću novostvorenih turističkih atrakcija.

2.2. Turistička destinacija

Prema Bartoluci (2013, 159) „turistička destinacija se u širem smislu može definirati kao svako odredište turističkog putovanja, od samostalnog turističkog objekta, aerodroma ili luke do turističkog mjesta, regije i turističke zemlje. Pod turističkom destinacijom podrazumijeva se širi, integrirani prostor, koji gradi svoj turistički identitet na koncepciji kumulativnih atrakcija, koje omogućuju doživljaj i s dodatnom turističkom infrastrukturom predstavlja prostor okupljanja turista. Turistička destinacija uvjetovana je željama, sklonostima, interesima i potrebama turista.“ Postoji nekoliko vrsta destinacija koje se dijele na homogene, heterogene, makrodestinacije ili mikrodestinacije, te prema obilježjima prostora na urbane, primorske, planinske te ruralne. Osim ovih nabrojenih vrsta destinacija, danas prevladava tzv. multidestinacijski

model putovanja prema kojem razlikujemo: putovanja u jednu destinaciju, lančano putovanje (posjet više destinacija), putovanje u osnovnu destinaciju (u kojoj se boravi) te kružno putovanje. Turistička destinacija nema čvrste granice jer ona može biti bilo koje odredište od polaska do povratka turista u mjesto svojeg stalnog boravka. Svaka turistička destinacija ima neku atrakciju koja pridonosi njezinoj atrakciji. To mogu biti elementi poput klime i prirodnih ljepota, kulturnih i društvenih obilježja, infrastrukture, razine cijena, pa sve do sadržaja za sport, rekreaciju i edukaciju. U upravljanje destinacijom potrebno je uključiti javni sektor, privatni sektor, lokalno stanovništvo, pa i turiste. Razvoj turizma u destinaciji može djelovati i psihološki na prostor, odnosno na ljude u tom prostoru utječući na mijenjanje svijesti lokalnog stanovništva o turistima i turizmu općenito.

2.3. Turistička infrastruktura

Za razliku od prirodnih atrakcija i kulturno-povijesne baštine, Hrvatska je izrazito siromašna u novostvorenim turističkim atrakcijama kao što su suvremeno opremljeni kongresni centri, tematski i/ili zabavni parkovi, golfska igrališta, centri za posjetitelje, kvalitetno osmišljene tematske rute te slični sadržaji turističke ponude bez kojih je izuzetno teško uspostaviti pretpostavke za proširenje međunarodno prepoznatljivog proizvodnog miksa, turističko aktiviranje kontinentalnog prostora, uključujući i prostor priobalnog zaleđa te produljenje sezone. Hrvatskoj danas nedostaju centri cjelogodišnjeg planinskog i sportskog turizma, kvalitetne biciklističke staze s potrebnom infrastrukturom i suprastrukturom, ronilački i jedriličarski centri te drugi sadržaji nužni za kvalitetno i dugoročno održivo tržišno pozicioniranje na tržištu posebnih interesa.

3. KULTURNI TURIZAM

Kulturni turizam jedan je od najvećih i najbrže rastućih svjetskih tržišta u turizmu. Kultura i kreativne industrije sve se više koriste za promicanje destinacije i poboljšanje njihove konkurentnost i atraktivnost. Mnoga mjesta su sada aktivno počela razvijala svoje materijalne i nematerijalne kulturne imovine kao sredstvo za razvijanje komparativne prednosti u sve konkurentnijem turističkom tržištu, te pokušavaju stvoriti

lokalnu posebnost u lice globalizacije. Utjecaj kulture na turizam istražuje rastući odnos između turizma i kulture te način na koji su zajedno postali glavni pokretači odredište atraktivnosti i konkurentnosti. Na temelju nedavnih studija slučaja koje ilustriraju različite aspekte odnosa između turizma, kulture i regionalne privlačnosti, te intervencija u okviru politika koje se mogu poduzeti kako bi se poboljšao odnos, ova publikacija pokazuje koliko snažna veza između turizma i kulture može poticati da pojedinamjestapostanuatraktivnazaturiste.

(<http://www.oecd.org/cfe/tourism/theimpactofcultureontourism.htm>)

3.1. Pojmovno određenje kulturnog turizma

Kulturni turizam je poseban oblik turizma u kojem prevladava interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog obilježja. Omogućava čovjeku da upoznaje određene kulturne vrijednosti u turističkoj destinaciji te da se njima koristi i uživa u njima. Samim time pridonosi povećanju opće naobrazbe i kulture ljudi. Samo upoznavanje kulturnih vrijednosti nije jedini motiv putovanja turista, već on može aktivno sudjelovati u određenim kulturnim događajima ili različitim oblicima obrazovanja (učenje stranih jezika, sudjelovanje na različitim stručnim skupovima i slično). Također, on ne znači samo putovanje u prošlost nego i upoznavanje sa suvremenim životom nekoga grada ili turističkog prostora, posjet nekoj kulturnoj priredbi ili kazališnoj predstavi. Kulturno-povijesna baština stvara poseban imidž destinacije te ima posebnu privlačnu snagu. Takozvani kulturni turisti raspoznaju se po određenim obilježjima kao što su natprosječan nivo obrazovanja, natprosječna primanja, srednja i starija životna dob, iskustvo putovanja te posjet većeg broja kulturnih atrakcija tijekom putovanja (Bartoluci, 2013). Kako bismo ih što bolje i lakše prepoznali potrebno je istražiti njihov socio-demografski profil, njihovu motivaciju za posjet kulturnoj atrakciji i događanju, potrošnju na putovanju te tendencije posjeta ostalim kulturno turističkim atrakcijama.

3.2. Kulturni turizam u hrvatskoj

U Hrvatskoj kulturni turizam sve više zaokuplja pozornost ne samo zaposlenih u turizmu, već i u kulturi. Brojne konferencije, skupovi i radionice sve češće posvećuju jedan dio svojeg programa kulturnom turizmu, a njegovu razvoju pristupilo se sustavno, izradom Strategije razvoja kulturnog turizma i njezinom provedbom posredstvom Ureda za kulturni turizam Hrvatske turističke zajednice i Zajednice za kulturni turizam Hrvatske gospodarske komore. Razvojem kulturnog turizma, turistički sektor teži obogaćivanjem turističke ponude prevladati strukturne probleme hrvatskog turizma poput izražene sezonalnosti i geografske koncentracije potražnje duž Jadranske obale, dok je interes kulturnog sektora u financijskim efektima koji proizlaze iz njegova intenzivnijeg uključivanja u turističku ponudu. Turisti koji se klasificiraju kao "kulturni turisti" čini se kao da imaju prihode znatno veće od prosječnog turista te da potroše više novca na odmor (nije isključivo za kulturne svrhe, ali u cjelini putovanja). Razvoj kulturnog turizma posebno je važan za one destinacije koje ne posjeduju vlastiti imidž ili taj imidž nije dovoljno izgrađen kako bi bio prepoznatljiv na tržištu. WTO predviđa porast potražnje u sektoru kulturnog turizma za 15% godišnje do 2020.g. Kulturni turizam gotovo je idealno rješenje turističkog i ekonomskog razvoja i za gradove koji se žele pozicionirati na globalnom tržištu, te za tradicionalne turističke destinacije u fazi stagnacije. Suprotno globalnim trendovima značajnih ulaganja u kulturni turizam, u Hrvatskoj se kulturni turizam shvaćao u pogledu bolje promocije postojećih kulturno-povijesnih atrakcija i objekata.

(<http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/>)

4. BJELOVARSKO-BILOGORSKA ŽUPANIJA

Bjelovarsko-bilogorska županija nalazi se na istočnom dijelu skupine županija središnjeg područja Hrvatske. U gospodarskom smislu najjača je poljoprivredna županija u Hrvatskoj. Obuhvaća prostor četiri karakteristične zemljopisne cjeline: Bilogoru, rubne masive Papuka i Ravne gore, Moslavačku goru i dolinu rijeke Česme i Ilove. Zauzima površinu od 2.652 km². Središte županije je grad Bjelovar, kulturno, političko, gospodarsko središte županije i u njemu se nalaze mnogobrojne institucije. U

sastavu županije nalazi se i 18 općina u kojima se pokušava ojačati gospodarski potencijal i obogatiti društveni život. U Bjelovarsko- bilogorskoj županiji živi 119.743 stanovnika prema popisu stanovništva iz 2011.g. Datum obilježavanja Dana Bjelovarsko-bilogorske županije jest 8. lipanj i to je povijesni datum jer je toga dana 1871.g. carskim reskriptom ukinuta varaždinska Vojna granica.

Tablica 1. Popis stanovništva gradova Bjelovarsko-bilogorske županije

GRAD	BR. STANOVNIKA 2001	BR. STANOVNIKA 2011
Bjelovar	41.869	40.443
Čazma	8.895	8.095
Daruvar	13.243	11.612
Garešnica	11.630	10.466
Grubišno Polje	7.523	6.431

Izvor: <http://bbz.hr/bjelovarsko-bilogorska-zupanija/detaljnije/demografska-struktura>

5. HOTELI BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE

Hotel je ustanova namijenjena pružanju usluga najčešće kratkotrajnog smještaja i prehrane svojim gostima, korisnicima usluge. Naziv potječe od francuske riječi *hôtel* koja označava kuću za usluge pružanja smještaja. Oni pružaju djelomičnu ili potpunu uslugu koja obuhvaća spavanje, prehranu, zabavu i sve ostalo prilagođeno potrebama gostiju. Hotelske sobe dijele se na jednokrevetne, dvokrevetne ili trokrevetne. Sobe su, ovisno o kategoriji hotela, opremljene raznim dodatnim sadržajima poput mini bara, televizijskim uređajima sa satelitskim prijemom kanala, telefonskim uređajem, klimatizacijom, priključkom za brzu internet vezu i nekim dodatnim elementima. Hoteli u svom sastavu obično imaju recepciju, bar i restoran, a višekategorizirani hoteli uz sve ovo navedeno imaju otvoreni i zatvoreni bazen, noćni bar, kockarnicu, saunu, suvenirnicu. Prema vrsti i načinu usluge hoteli se svrstavaju u niže i više kategorije. Niži kategorijci prema hrvatskim standardima imaju dvije ili tri zvjezdice, a više kategorijci četiri ili pet zvjezdica. Na području Bjelovarsko-bilogorske županije postoji nekoliko hotela koji svojim posebnim stilovima, prekrasnim okruženjem, vrhunskom uslugom i odličnim gastronomskim obilježjima ostvaruju profit i nude turistima smještaj.

Tablica 2. Hoteli Bjelovarsko-bilogorske županije

Naziv hotela	Odredište
Hotel Central	Bjelovar
Hotel Garić	Garešnica
Hotel Balise	Daruvar
Hotel Mladimir	Daruvar
Lječilišni hotel Termal s Depadansom Arcadia	Daruvar

Izvor: <http://www.tzbbz.hr/hoteli>

5.1. Hotel Central

Hotel Central nalazi se u samom centru Bjelovara u ulici Vatroslava Lisinskog 2. Prema Hrvatskim standardima spada u kategoriju nižih standarda hotela jer sadrži 3 zvjezdice. Smještajni kapacitet hotela iznosi ukupno 83 ležaja što uključuje: 19 jednokrevetnih soba, 14 dvokrevetnih soba, 5 trokrevetnih soba, 3 apartmana, 4 obiteljske sobe sa po dvije prostorije i 1 soba za invalide. Sve su sobe opremljene televizorima (kabelska TV) te sadrže Wi-fi. Hotel posjeduje vlastiti parking, organizira svadbene svečanosti, poslovne ručkove, naturalne zabave, rođendane i koktel zabave. Idealan je za poslovne ljude, održavanje prezentacija, predavanja i konferencija jer posjeduje jednu veliku konferencijsku dvoranu za 500 ljudi kao i jednu manju dvoranu za 100 ljudi. Gostima se nudi razna gastronomska ponuda autohtonih domaćih jela, vina, vegetarijanske i makrobiotičke prehrane. (Slika 1.)

Slika 1. Hotel Central- Bjelovar



Izvor: <http://www.tzbbz.hr/hoteli/bjelovar/hotel-central>

5.2. Hotel Garić

Hotel Garić nalazi se u Garešnici na lokaciji Kolodvorska ulica 1. Prema Hrvatskim standardima spada u kategoriju nižih standarda hotela jer sadrži 3 zvjezdice. U svojoj ponudi nudi luksuzno opremljene, klimatizirane sobe i apartman. Svi smještajni kapaciteti opremljeni su po najvišim svjetskim standardima i zadovoljavaju međunarodne kriterije. Hotel je zatvorenog tipa tako da nudi potpunu diskreciju, intimu i mir. Novouređene i komforne sobe opremljene su novim namještajem i kupaonicom, telefonom sa mogućnošću direktnog biranja, TV prijemnikom sa satelitskim programom te bežičnom internetskom vezom. Većina soba sadrži klima uređaje. Sve sobe imaju svoj balkon te rezervirani parkirališni prostor. (Slika 2.)

Slika 2. Hotel Garić- Daruvar



Izvor: <http://www.tzbbz.hr/hoteli/bjelovar/hotel-garic>

U nastavku će biti prikazana tablica sa ukupnim dolascima i noćenjima turista u Bjelovarsko – bilogorskoj županiji podijeljeni prema svim državama iz kojih su došli sa točnim brojevima dolaska i noćenja te postocima noćenja.

Tablica 3. Ukupni dolasci i noćenja turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji

18.02.2016.

HTZ Statistike

Županijska turistička zajednica: Bjelovarsko-bilogorska / Vremenski period Siječanj - Prosinac 2015

zemlja	Siječanj - Prosinac 2015			Siječanj - Prosinac 2014			indeks 2015 / 2014	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	21.238	65.750	100	16.387	37.754	100	130	174
Domaći turisti	14.891	50.323	76.5	11.566	27.360	72.5	129	184
Strani turisti	6.347	15.427	23.5	4.821	10.394	27.5	132	148

DOLASCI I NOĆENJA STRANIH TURISTA PREMA ZEMLJI PREBIVALIŠTA

Ukupno	6.347	15.427	100	4.821	10.394	100	132	148
1 Albanija	9	13	0	3	3	0	300	433
2 Austrija	497	898	1.4	462	752	2	108	119
3 Belgija	41	77	0.1	24	52	0.1	171	148
4 Bjelorusija	4	5	0	0	0	0	-	-
5 BiH	415	1.188	1.8	341	688	1.8	122	173
6 Bugarska	56	106	0.2	47	210	0.6	119	50
7 Cipar	1	2	0	2	2	0	50	100
8 Crna Gora	43	101	0.2	64	152	0.4	67	66
9 Češka	492	999	1.5	296	496	1.3	166	201
10 Danska	29	65	0.1	11	20	0.1	264	325
11 Estonija	10	24	0	6	14	0	167	171
12 Finska	12	20	0	7	25	0.1	171	80
13 Francuska	205	595	0.9	139	418	1.1	147	142
14 Grčka	23	30	0	2	3	0	1150	1000
15 Irska	1	1	0	5	8	0	20	13
16 Island	1	3	0	1	1	0	100	300
17 Italija	978	1.924	2.9	772	1.612	4.3	127	119
18 Letonija	8	11	0	1	1	0	800	1100
19 Litva	9	24	0	6	21	0.1	150	114
20 Luksemburg	1	1	0	2	2	0	50	50
21 Mađarska	260	503	0.8	174	267	0.7	149	188
22 Makedonija	84	349	0.5	58	127	0.3	145	275
23 Malta	1	1	0	0	0	0	-	-
24 Nizozemska	76	179	0.3	60	149	0.4	127	120
25 Norveška	16	147	0.2	7	13	0	229	1131
26 Njemačka	749	2.130	3.2	601	1.557	4.1	125	137
27 Poljska	155	245	0.4	183	497	1.3	85	49
28 Portugal	9	22	0	5	9	0	180	244
29 Rumunjska	157	652	1	50	315	0.8	314	207
30 Rusija	16	44	0.1	14	40	0.1	114	110
31 Slovačka	161	243	0.4	137	210	0.6	118	116
32 Slovenija	768	1.772	2.7	474	921	2.4	162	192
33 Srbija	429	1.231	1.9	390	657	1.7	110	187
34 Španjolska	34	88	0.1	24	82	0.2	142	107
35 Švedska	61	297	0.5	32	140	0.4	191	212
36 Švicarska	120	257	0.4	93	176	0.5	129	146
37 Turska	32	81	0.1	10	30	0.1	320	270
38 Ujedinjena Kraljevina	110	231	0.4	90	186	0.5	122	124
39 Ukrajina	9	20	0	2	2	0	450	1000
40 Ostale europske zemlje	0	0	-	2	2	-	0	0
41 Južnoafrička Republika	0	0	-	0	0	-	-	-
42 Maroko	0	0	-	0	0	-	-	-
43 Tunis	0	0	-	0	0	-	-	-
44 Ostale afričke zemlje	2	2	0	3	5	0	67	40
45 Kanada	50	105	0.2	26	84	0.2	192	125
46 SAD	69	126	0.2	27	116	0.2	184	117

http://intranet.htz.hr/TEMP/izvjestaj_3a3cb0bf3e7d1b71ccea1d39fc84c4c4f.html

1/3

47	Ostale zemlje Sjeverne Amerike	2	6	0	0	0	0	-	-
48	Brazil	3	6	0	4	10	0	75	60
49	Argentina	6	8	0	7	28	0.1	86	29
50	Čile	1	4	0	0	0	0	-	-
51	Meksiko	0	0	-	3	11	-	0	0
52	Ost.zem. Juz. i Sre. Amerike	0	0	-	2	3	-	0	0
53	Izrael	5	8	0	16	25	0.1	31	32
54	Japan	11	19	0	8	14	0	138	136
55	Kina	25	54	0.1	6	12	0	417	450
56	Koreja, Republika	4	19	0	2	2	0	200	950
57	Indija	1	2	0	0	0	0	-	-
58	Indonezija	0	0	-	9	9	-	0	0
59	Jordan	2	2	0	0	0	0	-	-
60	Katar	0	0	-	0	0	-	-	-
61	Kazahstan	0	0	-	0	0	-	-	-
62	Kuvajt	10	195	0.3	3	16	0	333	1219
63	Oman	0	0	-	0	0	-	-	-
64	Ujedinjeni Arapski Emirati	3	5	0	0	0	0	-	-
65	Kosovo	11	11	0	5	5	0	220	220
66	Lihtenštajn	0	0	-	0	0	-	-	-
67	Hong Kong, Kina	0	0	-	0	0	-	-	-
68	Makao, Kina	0	0	-	0	0	-	-	-
69	Tajland	0	0	-	0	0	-	-	-
70	Tajvan, Kina	0	0	-	0	0	-	-	-
71	Ostale azijske zemlje	4	11	0	8	16	0	50	69
72	Australija	55	231	0.4	81	174	0.5	68	133
73	Novi Zeland	2	24	0	3	3	0	67	800
74	Ostale zemlje Oceanije	0	0	-	0	0	-	-	-
75	Ostale izvan europske zemlje	0	0	-	1	1	-	0	0

Masnim slovima označene su turističke zajednice koje nisu objavile statističke podatke za zadani period

za godinu: 2014			
1/2014	2/2014	3/2014	4/2014
Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje
5/2014	6/2014	7/2014	8/2014
Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje
9/2014	10/2014	11/2014	12/2014
Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje
za godinu: 2015			
1/2015	2/2015	3/2015	4/2015
Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje	Bjelovar Darugar Čazma Garešnica Grubišno Polje

http://intranet.htz.hr/TEMP/izvjestaj_3a3cb0bf3e7d1b71cce1d39fc84c4c4f.html

2/3

Izvor: Statistika TZ BBŽ- siječanj-prosinac 2015.

6. KULTURNI TURIZAM I STRATEGIJA RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE

Kultura i turizam dva su sektora čije je partnerstvo preduvjet za kvalitetan kulturno-turistički proizvod. Strateški razvoj može osigurati zaštitu kulturnih resursa, društvenu korist lokalne zajednice i ekonomsku korist kulturno-turističkog sektora. Upravo o tome vodi računa Strategija razvoja kulturnog turizma Republike Hrvatske. Strategija se temelji na organizaciji i partnerstvu kulture i turizma, koji zajednički moraju pridonijeti razvoju hrvatskih kulturno-turističkih proizvoda u suradnji s resorsnim ministarstvima i lokalnim zajednicama. Na taj način kulturno-turistički proizvodi temeljeni na kulturno-povijesnim znamenitostima pojedinih destinacija i marketinški dobro osmišljeni, omogućili bi njihovu ponudu na inozemnim tržištima i tuzemnom tržištu. Osim što bi imidž destinacije postao jedinstven, povećala bi se potrošnja i dužina boravka, zadovoljstvo boravkom i želja za ponovnim posjetom, stimulirala bi se lokalna, odnosno regionalna potražnja, povećali bi se izvori prihoda, privukao investicijski kapital i drugo. Strategija razvoja kulturnog turizma Republike Hrvatske do 2020.g. za cilj ima pokazati da Hrvatska svoj turistički razvoj može temeljiti na očuvanju iznimno raznolikog kulturnog i prirodnog bogatstva te je istaknuta važnost kulturnog turizma za osmišljavanje budućeg hrvatskog turističkog razvoja. Isto tako, kultura je nedvojbeni potencijal hrvatskog turizma te izuzetan turistički resurs. Što se tiče Bjelovarsko-bilogorske županije postoje stagnacije turističkog razvoja koje jednim dijelom valja povezati s izrazito nepovoljnim gospodarskim kretanjima u Hrvatskoj, opadanjem ukupne gospodarske aktivnosti (recesija) i povećanjem nezaposlenosti. Bolja suradnja na lokalnoj razini omogućila bi bolji razvoj kulture i kulturnog proizvoda, te je također potrebno osigurati efikasnu suradnju različitih institucija u sferi društvenih djelatnosti kao i umanjiti zakonska rješenja koja uvelike stagniraju razvoj. Potrebne su kreativne i inovativne ideje u kojima uvelike mogu pridonijeti mladi ljudi koji završavaju obrazovanje u području turizma. Trebalo bi postići da kulturni proizvod Bjelovarsko – bilogorske županije bude sadržajno i zanimljivo odredište, da se osigura pristup novim potrošačkim segmentima, da bude uvrštena u zanimljive kulturno- turističke itinerere, te da se prepozna kao destinacija s bogatom kulturno- povijesnom baštinom. Sve to može

se ostvariti kroz ulaganja u kulturnu scenu, revitalizaciju objekata te uvođenja novih proizvoda.

7. KULTURNI RESURSI BJELOVARSKO - BILOGORSKE ŽUPANIJE

Bjelovarsko- bilogorska županija do danas nije valorizirala vlastiti turistički potencijal na primjeren način, zbog čega ni ne predstavlja značajnije kontinentalno turističko odredište kako na području zdravstveno – lječilišnog turizma, tako ni u segmentu kulturnog turizma. U borbi za tržišno preživljavanje turističke su destinacije prisiljene na kontinuirano osmišljavanje novih i/ili inoviranje postojećih razvojnih strategija kako bi naglasile vlastite konkurentske prednosti u odnosu na stalno rastući broj potencijalnih takmaca (Echtner i Richie, 2003.). Svaka turistička destinacija, pa tako i Bjelovarsko-bilogorska županija ima potrebu prepoznavanja specifičnosti i naglašavanja unikatnosti vlastite ponude u odnosu na druge destinacije u okruženju.

Gradovi u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, točnije, Bjelovar, Čazma, Garešnica, Daruvar te Grubišno polje prepoznali su svoje mogućnosti razvoja kulturnog turizma te nastoje kreirati događanja, manifestacije i održavati objekte koji će promovirati ovaj oblik specifičnog oblika turizma. Kako bi se ostvarile koristi od kulturnih resursa prvo ih je potrebno pretvoriti u kulturne atrakcije, te u finalni turistički proizvod kako bi se mogli ponuditi turistima i na kraju ostvariti dobit. U nastavku rada bit će prikazane najznačajnije turističke destinacije, manifestacije i objekti kulturnog turizma.

Tablica 4. Resursi Bjelovarsko-bilogorske županije

RESURS	OPIS RESURSA
Kulturne manifestacije	
	1.Terezijana Bjelovar
	2.BOK festival
	3. Zapovijed pod lipom-Miklouš
	4. „Nedjelja uz Caricu“
	5. Dani češke kulture u Daruvaru
	6. Žetvene svečanosti-Dožinky

	7. Božićna priča-Grabovnica (Čazma)
Muzeji i galerije	
	1. Gradski muzej Bjelovar
	2. Galerija Matešin, Bojana
	3. Park skulptura u Siraču
Crkve	
	1. Crkva sv. Josipa
	2. Kršćanska adventistička crkva
	3. Crkva sv. Marije Magdalene Čazma
	4. Marijansko svetište Paulovac
	5. Katedrala sv. Terezije Avilske u Bjelovaru
Dvorci	
	1. Dvorac Dioš
	2. Dvorac Janković
Povijesni spomenici	
	1. Garić grad
	2. Spomen obilježje u šumi Lug
Kulturna baština	
	1. Romska kuća
	2. Moslavačka tradicijska kuća u Gornjem Mikloušu
	3. Tradicijska moslavačka etno kuća Tonković
	4. Kulturni centar Mato Lovrak
	5. Etno park Veliko Trojstvo

Izvor: <http://www.tzbbz.hr/>

Na području Bjelovarsko-bilogorske županije svake se godine održava niz kulturnih, gospodarskih i sportskih manifestacija. Najveći broj njih zasnovan je na folklornoj baštini, a organiziraju ih brojna kulturno-umjetnička društva s ciljem očuvanja kulture i kulturne baštine. Nekoliko kulturnih manifestacija prepoznato je u regionalnim, ali i nacionalnim okvirima. U daljnjem tekstu biti će detaljnije objašnjene i prikazane neke od manifestacija Bjelovarsko-bilogorske županije kao i ostala kulturna baština.

7.1. Terezijana Bjelovar

U spomen na osnivačicu grada Bjelovara, caricu Mariju Tereziju, Terezijana kroz više dana nudi različite koncerte, nastupe uličnih artista, sportska natjecanja i druge zabavne sadržaje. Priredbu više puta u carskoj kočiji posjeti i carica sa svojom svitom praćena od Povijesne konjičke postrojbe Bjelovarskih graničara Husara 1756. što uvijek bude najavljeno topom. Održava se svake godine drugi vikend u mjesecu lipnju. Terezijana je turistička, kulturna i zabavna priredba grada Bjelovara koju je pokrenula i koju od 1996. godine organizira Turistička zajednica grada Bjelovara, odnedavno turistička zajednica Bilogora-Bjelovar. Od 2009. godine, ponešto je izmijenjena koncepcija priredbe, na način da se sadržaji veće kulturne i umjetničke vrijednosti odvijaju unutar spomenutih palisada, točnije u velikom i prekrasnom dvorištu Gradske uprave, dok se nastupi estradnih zvijezda, uz ugostiteljsku ponudu, održavaju na drugom dijelu središnjega trga do ranih jutarnjih sati. Prvi dio navedenih sadržaja isključivo je vezan uz organizaciju Turističke zajednice, a drugi dio uz organizaciju koncesionara za ugostiteljske i trgovačke usluge na Terezijani. Glazbena događanja u organizaciji turističke zajednice temelje se na programskoj koncepciji zasnovanoj na retro i etno glazbenom izričaju, koja se odvijaju u tri dana trajanja priredbe na više pozornica u središtu grada. Uz događanja u dvorištu gradske uprave povezana je ponuda starih zanata i tradicijskih jela i pića. Terezijanu za vrijeme njena trajanja posjeti i do 30 000 ljudi, a s obzirom na raznolikost sadržaja, zanimljiva je svim ciljnim skupinama gostiju. (Slika 3.) (<http://www.tzbbz.hr/manifestacije-bbz/bjelovar/terezijana>)

Slika 3. Plakat Terezijane



Izvor: <http://turizam-bilogorabjelovar.com.hr/images/uploads/terezijana.jpg>

7.2. BOK festival

BOK fest (punim nazivom Bjelovarski odjeci kazališta) kazališna je smotra koja se održava u Bjelovaru od 2003.g. Osmislili su, uređivali i organizirali prve tri godine: 2003., 2004. i 2005. event agencija Harma. Popularni BOK-fest, idejno su osmislili glumac Goran Navojec, Irena Hlupić – Rašo i producent Darko Hlupić uz puno pomoći tadašnje gradske strukture s vodstvom Đurđe Adlešić. Sam naziv BOK fest osmislila je Irena Hlupić – Rašo. Nakon zaokruživanja određenog ciklusa, event agencija Harma nastavak rada prepustila je gradskim strukturama grada Bjelovara gdje festival živi i radi još i danas. Većina kazališnih predstava održava se u Domu kulture u Bjelovaru te u zgradi Bjelovarskog kazališta i športskoj dvorani. Svake godine festival otvara Mila Elegović parafrazom čestitke koju je svojedobno J. F. Kennedyju uputila Marilyn Monroe. Osim predstava za odrasle, održavaju se i kazališne predstave za djecu te druga popratna događanja, poput glazbenih koncerata i projekcija filmova. Drugi dan nakon otvorenja, tradicionalno se u salonu namještaja kod bjelovarske tržnice, glumci druže s prolaznicima. Kroz različite dramske radionice, djeca mogu upoznati popularne glumce i usvojiti dio njihova znanja, umijeća i iskustva. Uz kazališne predstave organiziraju se i

večeri poezije, stand up komedije, humanitarno-sportske priredbe i sl. pa grad tih dana živi s kazalištem i glumcima. (Slika 4.) (<http://www.tzbbz.hr/manifestacije-bbz/bjelovar/bok-fest>)

Slika 4. BOK festival



Izvor: <http://www.bjelovar.hr/sadrzaj/2016/04/bok-fest-2016-program-620x337.jpg>

7.3. Zapovijed pod Lipom

Srpanj je mjesec kada stanovnici Miklouša i okolnih naselja slave svoje starinske običaje i kulturnu tradiciju. Druge nedjelje u mjesecu srpnju stanovnici vade brižno čuvane starinske predmete i odjeću, ukrašavaju kuće i ulice tradicionalnim ukrasima i u selu veselo dočekuju goste koji dolaze na cjelodnevno druženje. Muškarci pokazuju kako se rukuje starim alatima, a žene nude gibanice i ostale slane i slatke kolače. Svečanim mimohodom svi zajedno odlaze pod stoljetnu lipu gdje seoski starješina čita šaljivu zapovijed. (<http://www.tzbbz.hr/manifestacije-bbz/bjelovar/zapovijed-pod-lipom>).

Zapovijed pod lipom prvi puta je pročitana još 1938.g. Kao i nekad, čita ju seoski starješina koji mora biti starosjedilac i sa dovoljno životnog iskustva. Kroz razne dosjetke zapovijed komentira sve aktualne probleme, ali na tradicionalan način, pokazujući kako su ljudi nekoć prilazili stvarima koje ih muče. Zapovijed uvijek završava pozivom mladima da se vesele, te da pjesmom i plesom odagnaju tmurne

misli, pa takvo raspoloženje prelazi i na sve posjetitelje svečanosti. (30.07.2015). *Dobar život*, 21. (Slika 5.)

Slika 5. Plakat Zapovijedi pod Lipom



Izvor: http://1.bp.blogspot.com/r9rLVxpCusA/VaDsV7kJuI/AAAAAAAAYPY/JMG9Ap0hbgk/s1600/zapovijed_pod_lipom.jpg

7.4. Božićna priča u Čazmi

Sve su božićne priče romantične i poučne, a posebno kada ste gost obitelji Salaj u Grabovnici kraj Čazme. Naime, obitelj Salaj za božićno vrijeme, točnije od 03.12-08.01. svake godine priprema posebnu poslasticu za sve zaljubljenike u pravo blagdansko ozračje. U to vrijeme njihovu okućnicu obasjava više od milijun i pol raznobojnih žaruljica koje čine raskošan svjetlosni ugođaj i idilu za svakog posjetitelja. Kroz sjećanje na Vaše djetinjstvo, mir i veselje koje ste doživjeli, kroz čarobno svjetlo svake žaruljice ili neskriveno oduševljenje vatrometom. Ova obiteljska bajka Vam također omogućuje da osjetite kakvi smo ljudi, kakav je kraj u koji ste svratili, što jedemo, kako se radujemo i zašto u najljepše doba godine svoj život želimo podijeliti s Vama. Božićna štalica i jaslce te okićenost cijele okućnice raznobojnim božićnim svjetlima i

ukrasima u noći vam pružaju nezaboravan osjećaj duboko usnulog sna i buđenja u svijetu bajke, svijetu prave hrvatske božićne priče. (Slika 6.) (<http://www.bozicnabajka.com/>).

Slika 6. Božićna bajka obitelji Salaj



Izvor: http://fare.hr/wp-content/uploads/2015/12/bozicna-bajka-obitelji-salaj-nastavlja-svijetliti-punim-sjajem_article_full.jpg

7.5. Gradski muzej Bjelovar

Gradski muzej u Bjelovaru nalazi se u središtu grada na Trgu Eugena Kvaternika. Osnivanju muzeja u Bjelovaru, "ustanove pamćenja" koja sakuplja, čuva, obrađuje, interpretira i javnosti prezentira najznačajnije i najdragocjenije uspomene iz prošlosti stanovnika Bjelovara i njegova područja, prethodilo je postojanje nekoliko privatnih zbirki: kolekcionara Heinricha Kamera, službenika Austrougarskih željeznica koji je često mijenjao mjesta boravka, najduže službujući u Koruškoj dok se nije trajno nastanio u Bjelovaru te Ivana Barešića, građevinskog poduzetnika i glazbenika, sakupljača starina i počasnog konzervatora za grad i kotar Bjelovar, koji je svoju privatnu zbirku javnosti otvorio 15. studenoga 1953. godine (danas se u vlasništvu bjelovarskog muzeja nalazi najveći dio Barešićeve zbirke te samo manji dio one Kamerove). Smješten je u jednokatnici staroga gradskog poglavarstva sagrađenoj 1832. godine. Temeljito je obnovljen 2009. godine. Ima restauratorsku radionicu i knjižnicu. U zgradi muzeja nalaze se i tri galerijska prostora s bogatom izložbenom djelatnošću:

Galerija Nasta Rojc, Mala galerija i Galerija Koridor. Atrij muzeja ima pozornicu koja služi za koncerte klasične i zabavne glazbe, kazališne predstave, promocije knjiga i druga umjetnička i kulturna zbivanja na otvorenom. U zgradi gdje se nalazi muzej prije je bilo gradsko poglavarstvo. (Slika 7.) (<http://www.gradski-muzej-bjelovar.hr/>)

Slika 7. Gradski muzej Bjelovar



Izvor: http://www.gradski-muzej-bjelovar.hr//themes/site_themes/azpromo/banner_2.jpg

7.6. Katedrala sv. Terezije Avilske u Bjelovaru

Katedrala sv. Terezije Avilske u Bjelovaru stolna je barokna crkva Bjelovarsko-križevačke biskupije. Nalazi se u središtu grada Bjelovara na Trgu Eugena Kvaternika. Postala je katedralom 2009. godine, do tada je bila župna crkva. Na poziv vojne uprave u Bjelovar su 1761. godine došli braća Hubert i Ignacij Diviš, po nacionalnosti Česi, pripadnici crkvenog reda pijarista, koji su odgajali djecu i mladež. Zatekli su u Bjelovaru malu kapelu pa su odlučili sagraditi crkvu. Temelj je položen 10. travnja 1765. godine, a kamen temeljac 12. svibnja iste godine. Crkva je sagrađena 1770. godine, a blagoslovljena 15. listopada 1772. godine na blagdan sv. Terezije Avilske. Sat je postavljen na toranj 1774. godine. Zagrebački biskup Josip Galjuf posvetio je crkvu 15. listopada 1775. godine. U crkvu je stalo oko 1.000 ljudi. Crkva je nazvana po sv. Tereziji Avilskoj, španjolskoj svetici i crkvenoj naučiteljici, svetici zaštitnici austrijske carice Marije Terezije, koja je osnovala Bjelovar 1756. godine. Potres iz 1880. godine

oštetio je crkvu i župni dvor, a obnovio ju je arhitekt Hermann Bolle 1888. godine. Crkva je 1896. godine temeljito obnovljena iznutra. (Slika 8.)(http://www.glas-koncila.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=56).

Slika 8. Katedrala sv. Terezije Avilske u Bjelovaru



Izvor: <http://www.putovnica.net/files/imagecache/velika/bjelovar-katedrala-sv-terezije-avilske-1.jpg>

7.7. Dvorac Dioš

Dvorac Dioš (mađ. Orah) jedan je od najmlađih slavonskih dvoraca, smješten na istoimenom brežuljku oko 7 km sjeverno od Daruvara, pokraj općine Končanica. Kada je izgrađen 1904. godine, dvorac Dioš bio je najljepša i najskuplja građevina u čitavom kraju. Sagradili su ga tadašnji posjednici daruvarskog vlastelinstva – Alajoš pl. Tüköry i njegova žena Paula, rođena Falkenberg – za svoju kćerku Mariju. Naručiteljica izgradnje, Paula zahtijevala je da dvorac ne smije odavati dojam ljetnikovca ili lovačkoga doma, već gospodske kuće. Nacrt za izgradnju dvorca izradio je profesor Šanady sa sveučilišta u Budimpešti, a radove su izvodili domaći majstori i radnici. U to vrijeme to je bila najljepša i najskuplja građevina u čitavom kraju. Bogata arhitektura

dvorca, unutrašnje prostorije, sklad vanjskih elemenata čine građevinu bogatom i lijepom, čime se izvanredno uklopila u okolni ambijent. U stotinjak godina postojanja promijenio je više vlasnika i služio različitim potrebama. Od 1995. godine Marijin dvor „Dioš“ ponovno je u vlasništvu Hrvatskog salezijanskog provincijalata iz Zagreba i nije otvoren za javnost.(Slika 9.) (<http://www.visitdaruvar.hr/dvorac-dios.aspx>).

Slika 9. Dvorac Dioš



Izvor:<http://www.os-ceska-jruzicka-koncanica.skole.hr/upload/os-ceska-jruzicka-koncanica/images/static3/851/Image/dios.jpg>

7.8. Romska kuća

Romska etno-kuća autohtonih hrvatskih Roma Lovara, jedne od 8 skupina Roma koji danas žive u Hrvatskoj, nalazi se u selu Maglenča. Jedinstveni je turističko-kulturni objekt koji istovremeno nudi atraktivnu i autentičnu turističku uslugu prezentacije nepoznate romske povijesti, tradicije, jezika i običaja kao sastavnog dijela bogate hrvatske baštine te mnogih proizvoda po kojima su Romi Lovari nekada bili prepoznatljivi. S mogućnošću prezentacije izvornih romskih jela i pića obližnjih OPG-a u prvoj Romskoj kući u Hrvatskoj, ali i Europi, smještena je Stalna izložba o povijesti autohtonih hrvatskih Roma Lovara te proizvodi od lavande koje izrađuju sami Romi-članovi Udruge. Pri gradnji romske etno-kuće, pomno se pazilo na svaki detalj. Na ulazu u imanje simboličan je putokaz na kojemu se mogu vidjeti pravci prema velikim

europskim gradovima gdje Romi još traže svoje mjesto pod suncem, a sam ulaz u kuću okrenut je prema istoku na kojem sunce najprije izlazi. Ispred ulaza je i stablo jabuke kao simbol plodnosti i blagostanja u obitelji. Ove kao i mnoge druge legende, mitove te nepobitne činjenice o Romima upoznat ćete posjetom ovoj destinaciji na kojoj ste uvijek dobrodošli. Također ova Romska kuća ima velik utjecaj na zapošljavanje Roma jer je njome potaknuto osnivanje Prve romske zadruge koja bi zapošljavala Rome na održavanju prvog polja lavande u Bilogori koje se zapravo nalazi na ovome imanju u Maglenči. Ono što se Romima zamjera, ali na čemu im se i zavidi je sloboda i ležernost, a to se u Maglenču, na ovom imanju može doživjeti. (Slika 10.) (<https://robertinacuhnil.wordpress.com/tag/romska-etno-kuca/>)

Slika 10. Romska kuća



Izvor: http://turizam-bilogorabjelovar.com.hr/images/uploads/proljece_u_trojstvu_16.jpg

8.USPOREDBA KULTURNOG TURIZMA I HOTELA BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE SA KOPRIVNIČKO- KRIŽEVAČKOM ŽUPANIJOM

U Koprivničko-križevačkoj županiji postoji ukupno 4 hotelska smještaja što govori o nedovoljnoj razvijenosti županije i u usporedbi sa Bjelovarsko-bilogorskom županijom još uvijek dosta zaostaje. Dolasci i noćenja stranih kao i domaćih turista poprilično su slabi naspram Bjelovarsko-bilogorske županije što označava da turistički sektor u

gospodarstvu uvelike pridonosi razvoju županije, ali i kulturnog turizma. No i Bjelovarsko- bilogorska županija mogla bi uvelike povećati svoje smještajne kapacitete kao i dolaske turista koji se vraćaju sa Jadranske obale. Cilj je gostu pružiti uslugu zbog koje bi on ostao više dana u destinaciji i u hotelima.

Tablica 5. Ukupan broj noćenja turista u 2015.g.

	Bjelovarsko-bilogorska županija	Koprivničko-križevačka županija
Broj noćenja	62.854	28.017

Izvor: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-02_01_2015.htm

Obje županije imaju nekoliko kulturno-umjetničkih manifestacija od kojih su najpoznatije Križevačko veliko Spravišće (Križevci) te Terezijana (Bjelovar) koje se održavaju sredinom lipnja svake godine i traju tri dana. Kroz ta tri dana kroz gradove domaćine prođe više od 30 tisuća posjetitelja koji ostavljaju poprilične ekonomske iznose na zabavne sadržaje, ugostiteljstvo, smještaj, ali i razgled kulturnih objekata. Svi ti posjetitelji doprinose razvoju županije, ali samo tijekom tih par dana u godini. Županije moraju osmisliti kako pridobiti turiste tijekom čitave ili barem većim dijelom godine.

Gradovi u županijama posjeduju mnoštvo kulturnih i povijesnih spomenika te ostalih resursa kulturne baštine. Osim njih, postoje i brojna kulturno-umjetnička društva koja tradicionalno održavaju folklorna i slična događanja. Domaće stanovništvo, a osobito strano, zapravo ni ne zna za mnoga događanja, pa je i to razlog slabe posjećenosti što opet dovodi i do slabog i sporog razvitka kulturnog turizma u županiji. Također usprkos svim tim kulturnim objektima i manifestacijama još uvijek obje županije uvelike zaostaju za nekim drugim županijama, osobito županijama koje se nalaze u Jadranskom dijelu.

Županije graniče jedna s drugom što im u budućnosti omogućuje bolju suradnju kao i veće doprinose od kulturnog turizma i manifestacija, no samo ukoliko u tome vide zajednički interes. Županije su povezane odličnom infrastrukturom, kako cestovnom, tako i željezničkom pa je to još samo jedan veliki plus u suradnji.

Slika 11. Granica Bjelovarsko-bilogorske županije sa Koprivničko-križevačkom županijom.



Izvor: <http://www.diving-hrs.hr/slike/ronilacki-karta/Novo/mala-zupanije2.gif>

9. SWOT ANALIZA KULTURNOG TURIZMA BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE

SWOT (eng. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analiza kulturnog turizma Bjelovarsko-bilogorske županije obuhvaća prednosti i nedostatke važne za sam daljnji razvoj. Osnovne snage i slabosti koje postoje u kulturnom području te prilike i prijetnje koje utječu na razvoj kulturnog turizma u županiji nabrojane su u Tablici 1., a u nastavku su i detaljno objašnjene.

Tablica 6. SWOT analiza kulturnog turizma Bjelovarsko-bilogorske županije

Izvor: Izrada autora

9.1. Snage

Snage kao unutrašnji faktor SWOT analize kulturnih resursa Bjelovarsko – bilogorske županije donose nam pregled jedinstvenih razlikovnih prednosti koje čine ovu županiju konkurentnom u odnosu na neke druge županije. Snage nam govore zašto bi turisti odabrali baš ovu županiju kao svoje odredište i što ih je to specifično privuklo. U nastavku će biti nabrojene neke od snaga županije te detaljnije opisane.

- Bogatstvo kulturne baštine- koncentracija kulturnih institucija (muzeja i galerija) u gradu Bjelovaru te razgranata mreža kulturnih institucija u cijeloj županiji: Narodna knjižnica Petar Preradović Bjelovar, Bjelovarsko kazalište, Paviljon od bračkog kamena iz 1943. u središnjem parku, Crkva Sv. Leopolda Mandića u Markovcu i ostali kulturni sadržaji.
- Tradicionalni kulturni događaji i manifestacije- Dani Češke kulture, Božićni koncert, Terezijana, Bjelovarski sajam, Doku-art, Dani sira u gradu sira, samo su neke od poznatijih kulturno-turističkih događaja koji se odvijaju u županiji.
- Ljudski kapital- sve veći broj visokoobrazovanih kadrova iz područja kulture i turizma koji su voljni razvijati postojeće i stvaranje novih kulturno-turističkih proizvoda i događanja. Otvorenost, tolerancija, multikulturalnost građana.
- Kulturno/turističko stvaralaštvo- nove poduzetničke inicijative u kulturi i turizmu koje pridonose kreiranju imidža grada i županije. Tradicija i kontinuitet održavanja manifestacija.

9.2. Prilike

Jedan od najvažnijih čimbenika jest odrediti kako kulturni turizam može nastaviti rasti i širiti se na turističkome tržištu. Prilike su svuda oko nas, pa tako i svuda unutar županije. Potrebno je učvrstiti postojeće te spoznati nove prilike koje će se moći iskoristiti u budućnosti, a u nastavku će biti nabrojene neke od glavnih prilika Bjelovarsko – bilogorske županije.

- Većinu materijalnih, nepokretnih kulturnih dobara revitalizirati – zaštititi od propadanja i neprimjerenih proširenja/dogradnji koje narušavaju njihovu autentičnost.
- Geografski položaj županije – Bjelovarsko-bilogorska županija nalazi se na vrlo povoljnom geografskom položaju te je povezana sa svim važnijim i većim gradovima u županiji, ali i državi.
- Razvoj obrazovnih kapaciteta- sve veći broj visokoobrazovanih ljudi

- Korištenje međunarodnih fondova- potrebno je više koristiti međunarodne fondove za razvoj kulturnog turizma i njegovih atrakcija.

9.3. Slabosti

Slabosti u kulturnom turizmu možemo opisati kao nešto što nedostaje ili nešto zbog čega je Bjelovarsko – bilogorska županija lošija u odnosu na neke druge županije/konkurente ili uvjet koji uzrokuje nepovoljan položaj na tržištu. Županija pokušava slabosti u što većoj mjeri smanjiti te ih pretvoriti u svoje koristi.

- Nedefinirani i netransparentni kriteriji ulaganja u kulturne projekte i programe- skromnim sredstvima sufinancira se velik broj projekata uglavnom po geografskom i političkom ključu.
- Slabo osmišljeni programi u kulturi- nejasni kriteriji financiranja, vrlo velika vjerojatnost da će se projektu, ako i bude financiran, odobriti tek manji dio traženih sredstava, nedovoljno investicija u zaštitu kulturne baštine i razvoj kulturnih programa prilagođenih zahtjevima tržišta.
- Slaba suradnja kulturnih ustanova- povezanost kulturnih ustanova u županiji uvelike bi doprinijela razvoju kulturnog turizma te unaprijedila i povećala njegovu ponudu, no ona je još uvijek nažalost vrlo slaba.
- Nedovoljna promocija destinacije- nepostojanje sustava promocije između institucija i samoga grada. Sredstava za promociju su ograničena i veoma mala.

9.4. Prijetnje

Kao najveće prijetnje za razvoj kulturnog turizma u Bjelovarsko – bilogorskoj županiji moguće je odrediti događaje koji se odvijaju u blizini u isto vrijeme te tako turisti imaju veliku dvojbu koju će kulturnu manifestaciju posjetiti. Osim toga, jedna od najvažnijih prijetnji zasigurno su financijska sredstva koja su danas preko potrebna.

- Međusobna nestrepeljivost dionika u očekivanju brzih i vidljivih rezultata te brzo odustajanje od realizacije dobrih ideja.

- Nedovoljna financijska sredstva izdvojena za kvalitetan marketing kulturno-turističkih proizvoda.
- Gubitak kulturnih resursa- velik broj kulturnih resursa ne upotrebljava se često, nema dovoljno dolazaka turista, a samim time ni posjeta, čime se gubi njihova vrijednost, a time i njihov turistički potencijal.
- Manifestacije gradova u okruženju- gradovi u okruženju često razvijaju događanja koja se odvijaju u isto vrijeme.

Iz navedene SWOT analize kulturnog turizma evidentno je da se radi o prostoru prirodno i kulturno predisponiranom za razvoj turizma specijalnih interesa na cijelom području obuhvata. Usprkos tome, analizom je utvrđeno da je Bjelovarsko-bilogorska županija još uvijek suočena sa velikim brojem izazova koje treba ukloniti ili barem umanjeti njihov spektar. Kako bi se ostvario uspjeh potrebno je učvrstiti snage i prilike, sve slabosti i prijetnje svesti na najmanju moguću razinu te ih pokušati pretvoriti u prednosti.

10. ZAKLJUČAK

Samo potrošnja stranih posjetitelja povećava nacionalni dohodak, dok domaći posjetitelji svojom turističkom potrošnjom samo prelijevaju sredstva iz jednog u drugo područje istog nacionalnog prostora. Turizam ima mnoge pozitivne učinke na gospodarstvo različitih zemalja, pa tako posjeduje veliku mogućnost zapošljavanja i to naročito ženske i slabije kvalificirane radne snage, potiče razvoj različitih proizvodnih sektora i trgovine, osigurava državama prihod po različitim osnovama, a nadasve vrednuje resurse koji se inače teško ili nikako ne mogu procijeniti. Sigurnost koju turizam pokušava u svim svojim segmentima osigurati turistima najvažniji je čimbenik svjetskog turističkog razvoja, te jedan od glavnih preduvjeta za turističko putovanje. Turisti će ponovno doći samo u ono mjesto u kojem su se dobro osjećali, u kojem su usluge i dobra što su ih uživali bili u skladu s cijenama koje su platili za njih. Kulturni turizam u posljednje vrijeme ima ogromne učinke na pojedine destinacije te postaje jedan od važnijih oblika turizma u budućnosti. No da bi sami kulturni resursi postali dijelom kulturno-turističkog proizvoda i ostvarili koristi moraju se pretvoriti u kulturne atrakcije kako bi privukli turiste.

Bjelovarsko-bilogorska županija ima velike mogućnosti razvoja ovog oblika turizma ponajviše zbog toga što ne mora ovisiti samo o jednom dijelu godine i sezoni, već može biti atrakcija tokom čitave godine. Važno je povezati kontinentalnu Hrvatsku sa primorjem i otocima te turiste usmjeriti u ovaj dio Lijepe Naše. To se može ostvariti promotivnim materijalima i oglašavanjem na internetu. Mnogo turista putuje kroz kontinentalnu Hrvatsku prema primorju te bi ih kulturne atrakcije i manifestacije Bjelovarsko- bilogorske županije mogle privući. Potrebno je samo više ulaganja u promoviranje i oglašavanje kako bi turisti uopće mogli znati što se i gdje događa i može posjetiti.

Sami hoteli koji se nalaze u županiji dodatno bi omogućili provođenje ovog oblika turizma jer bi se njihovim smještajnim mogućnostima turistima omogućio kvalitetni smještaj, a samim time bi se povećao profit vlasnicima. No da bi se to ostvarilo potrebno je doći do većeg i kvalitetnijeg smještaja, a to malim i srednjim poduzetnicima omogućuju EU fondovi. Oni pružaju financijsku potporu poduzetnicima koji ulažu u

izgradnju, obnovu i povećanje kvalitete smještaja u malim i srednje velikim hotelima, kao i razvoj dodatne turističke ponude. Omogućeno je financiranje u materijalnu i/ili nematerijalnu imovinu, podizanje kategorije i proširenje postojećih hotela s 3 ili više zvjezdica. Sve to doprinijelo bi povećanoj stopi popunjenosti i konkurentnosti hotela na tržištu. Na samome kraju, može se zaključiti da Bjelovarsko-bilogorska županija ne iskorištava sve mogućnosti u razvoju kulturnog turizma, kao ni smještajne kapacitete te on zahtijeva dugotrajan rad, pristup i planiranje različitih politika kako bi se taj sektor bolje iskoristio.

11. LITERATURA

1. Bartoluci, M. (2013) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb, Školska knjiga.
2. Bartoluci, M. i sur. (2004) Menadžment u sportu i turizmu. Zagreb, Sveučilište u Zagrebu Kineziološki fakultet.
3. Bjelovarsko-bilogorska županija <http://bbz.hr/> (30.7.2016.g.)
4. BOK festival u Bjelovaru <http://www.tzbbz.hr/manifestacije-bbz/bjelovar/bok-fest> (31.7.2016.g.)
5. Božićna priča u Čazmi <http://www.bozicnabajka.com/> (3.8.2016.g.)
6. Damir Demonja Originalni naučni rad, Kulturni turizam: Hrvatska iskustva, <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/f384947fde3141749626c98490b3475a.pdf>, 13.02.2016., str. 1-25.
7. Državni zavod za statistiku http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-02_01_2015.htm (30.7.2016.g.)
8. Dvorac Dioš <http://www.visitdaruvar.hr/dvorac-dios.aspx> (3.8.2016.g.)
9. Gradski muzej Bjelovar <http://www.gradski-muzej-bjelovar.hr/> (3.8.2016.g.)
10. Hotel Central Bjelovar <http://hotel-central-bjelovar.com.hr/> (31.7.2016.g.)
11. Katedrala sv. Terezije Avilske u Bjelovaru http://www.glaskoncila.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=56 (3.8.2016.g.)
12. Kotler, P., Bowen, J.T. i Makens, J. (2010) Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu. 4.izd. Zagreb, MATE.
13. Kunst, I. (2012). „Razvoj turizma na području Bjelovarsko-bilogorske županije: stanje, ograničenja i kako ih prevladati“. *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru*. Bjelovar, str. 91-102.
14. OECD <http://www.oecd.org/cfe/tourism/theimpactofcultureontourism.htm> (3.1.2016.g.)
15. Portal za kulturni turizam <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/> (3.1.2016.g.)

16. Prijedlog strategije razvoja turizma RH do 2020.g.
<http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>
(5.2.2016.g.)
17. ROMI LOVARI- izvorni hrvatski Romi
<https://robertinacuhnil.wordpress.com/tag/romska-etno-kuca/> (31.7.2016.g.)
18. Strateški dokument *Strategija razvoja kulturnog turizma*: Od turizma i kulture do kulturnog turizma izradio je Institut za turizam iz Zagreba 2003. godine, a naručitelj je bilo Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. (5.2.2016.g.)
19. Terezijana Bjelovar <http://www.tzbbz.hr/manifestacije-bbz/bjelovar/terezijana>
(31.7.2016.g.)
20. TOMAS kulturni turizam
http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf (5.2.2016.g.)
21. Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije <http://www.tzbbz.hr/>
(30.7.2016.)
22. Turizmologija <http://www.turizmologija.com/clanak/pojam-turisticke-destinacije-i-njen-razvoj/> (5.2.1016.g.)
23. Uvod u specifične oblike turizma
http://web.efzg.hr/dok/TUR/Web_Uvod%20u%20specifi%C4%8Dne%20oblike%20turizma.pdf (3.1.2016.g.)
24. Vukoja Žana - voditeljica odsjeka za kulturu i udruge u kulturi (25.02.2016.g.)
25. Vukonić, B. (2010) Turizam budućnost mnogih iluzija. Zagreb, Plejada.
26. Zapovijed pod lipom–Miklouš <http://www.tzbbz.hr/manifestacije-bbz/bjelovar/zapovijed-pod-lipom>

POPIS SLIKA I TABLICA

POPIS SLIKA:

Slika 1. Hotel Central- Bjelovar.....	14
Slika 2. Hotel Garić- Daruvar.....	15
Slika 3. Plakat Terezijane.....	22
Slika 4. BOK festival.....	23
Slika 5. Plakat Zapovijedi pod Lipom.....	24
Slika 6. Božićna bajka obitelji Salaj.....	25
Slika 7. Gradski muzej Bjelovar.....	26
Slika 8. Katedrala sv. Terezije Avilske u Bjelovaru.....	27
Slika 9. Dvorac Dioš.....	28
Slika 10. Romska kuća.....	29
Slika 11. Granica Bjelovarsko-bilogorske županije sa Koprivničko-križevačkom županijom.....	31

POPIS TABLICA:

Tablica 1. Popis stanovništva gradova Bjelovarsko-bilogorske županije.....	13
Tablica 2. Hoteli Bjelovarsko-bilogorske županije.....	14
Tablica 3. Ukupni dolasci i noćenja turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji.....	16
Tablica 4. Resursi Bjelovarsko-bilogorske županije.....	19
Tablica 5. Ukupan broj noćenja turista u 2015.g.....	30
Tablica 6. SWOT analiza kulturnog turizma Bjelovarsko-bilogorske županije.....	32